



Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim

## AMTLICHE MITTEILUNGEN

Datum: 15.11.2016

Nr.: 462

Änderung der Besonderen Bestimmungen  
für den Masterstudiengang Sales and  
Marketing Management, veröffentlicht in  
den Amtlichen Mitteilungen der  
Hochschule RheinMain Nr. 390  
vom 01.03.2016

Herausgeber:

Präsident  
Hochschule RheinMain  
Kurt-Schumacher-Ring 18  
65197 Wiesbaden

Redaktion:

Geschäftsstelle Prüfungswesen  
Telefon: 0611 9495-1104  
E-Mail: [pruefungswesen@hs-rm.de](mailto:pruefungswesen@hs-rm.de)

## Bekanntmachung:

Nach § 1 der Satzung der Hochschule RheinMain zur Bekanntmachung ihrer Satzungen vom 04.06.2013 (StAnz. vom 29.07.2013, S. 929) wird die Prüfungsordnungsänderung für den Masterstudiengang Sales and Marketing Management des Fachbereichs Wiesbaden Business School der Hochschule RheinMain hiermit bekannt gegeben.

Wiesbaden, 15.11.2016

Prof. Dr. Detlev Reymann  
Präsident

## **Änderung der Besonderen Bestimmungen für den Masterstudiengang Sales and Marketing Management, veröffentlicht in den Amtlichen Mitteilungen der Hochschule RheinMain Nr. 390 vom 01.03.2016**

Aufgrund § 44 Abs. 1 Nr. 1 des Hessischen Hochschulgesetzes (HHG) in der Fassung vom 14.12.2009 (GVBl. I S. 666), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 30.11.2015 (GVBl. S. 510), hat der Fachbereichsrat des Fachbereichs Wiesbaden Business School der Hochschule RheinMain am 08.11.2016 folgende Änderungen der o. a. Prüfungsordnung beschlossen. Sie entsprechen den Allgemeinen Bestimmungen für Prüfungsordnungen der Master-Studiengänge (ABPO-Master) der Hochschule RheinMain vom 16.04.2013, veröffentlicht in den Amtlichen Mitteilungen Nr. 225 vom 16.04.2013 und wurden in der 144. Sitzung des Senats der Hochschule RheinMain am 15.11.2016 beschlossen und vom Präsidium am 15.11.2016 gemäß § 37 Abs. 5 HHG genehmigt.

Die Änderung ist durch Fettdruck, Unterstreichung und Kursivschrift kenntlich gemacht.

### **I. Änderungen**

Ziffer 1 (1) wird wie folgt geändert:

„Es handelt sich um einen konsekutiven Studiengang. Die Zugangsvoraussetzungen sind in der Satzung über die Zulassung für die Master-Studiengänge International Management (M.A.), Controlling and Finance (M.A.), Sales and Marketing Management (M.A.), Business & Law in Accounting and Taxation (LL.M.), Versicherungs- und Finanzwirtschaft (M.Sc.), Management im Gesundheitswesen (M.A.) in der jeweils gültigen Fassung geregelt.“

wird durch

**„Es handelt sich um einen konsekutiven Studiengang. Die Zulassungsvoraussetzungen sind in der Satzung über die Zulassung zum Master-Studiengang Sales and Marketing Management in der jeweils gültigen Fassung geregelt.“**

ersetzt.

Ziffer 1 (2) wird wie folgt geändert:

„Näheres siehe Satzung über die Zulassung für die Master-Studiengänge International Management (M.A.), Controlling and Finance (M.A.), Sales and Marketing Management (M.A.), Business & Law in Accounting and Taxation (LL.M.), Versicherungs- und Finanzwirtschaft (M.Sc.), Management im Gesundheitswesen (M.A.).“

wird durch

**„Näheres siehe Satzung über die Zulassung für den Master-Studiengang Sales and Marketing Management in der jeweils gültigen Fassung.“**

ersetzt.

Ziffer 1 (3) wird wie folgt geändert:

„Besondere fachliche Voraussetzungen sind in der Satzung über die Zulassung für die Master-Studiengänge International Management (M.A.), Controlling and Finance (M.A.), Sales and Marketing Management (M.A.), Business & Law in Accounting and Taxation (LL.M.), Versicherungs- und Finanzwirtschaft (M.Sc.), Management im Gesundheitswesen (M.A.) geregelt.“

wird durch

**„Näheres siehe Satzung über die Zulassung zum Master-Studiengang Sales and Marketing Management in der jeweils gültigen Fassung.“**

ersetzt.

Ziffer 1 (6) wird wie folgt geändert:

„Auswahlverfahren sind in der Satzung über die Zulassung für die Master-Studiengänge International Management (M.A.), Controlling and Finance (M.A.), Sales and Marketing Management (M.A.), Business & Law in Accounting and Taxation (LL.M.), Versicherungs- und Finanzwirtschaft (M.Sc.), Management im Gesundheitswesen (M.A.) geregelt.“

wird durch

**„Näheres siehe Satzung über die Zulassung zum Master-Studiengang Sales and Marketing Management in der jeweils gültigen Fassung.“**

ersetzt.

## **II. Redaktionelle Änderung im Curriculum**

Die bisherige Anlage 1 wird beim Modul Master-Thesis redaktionell geändert (siehe Anlage).

## **III. Inkrafttreten**

Diese Änderungen der Prüfungsordnung treten mit Veröffentlichung in den Amtlichen Mitteilungen der Hochschule RheinMain rückwirkend 15.11.2016 in Kraft und gelten erstmals für Einschreibungen zum Sommersemester 2017.

Wiesbaden, den 15.11.2016

Prof. Dr. MSc. Christiane Jost  
Vizepräsidentin der Hochschule RheinMain

Prof. Dr. Patrick Griesar  
Dekan des Fachbereichs Wiesbaden Business School

Fachgebiet	Modul-Nr.	Modul	LV-Nr.	Lehrveranstaltungen	Semester								Gesamt		Prüfungsleistung (*)		Gewichtungsfaktoren f. Abschlusszeugnis	
					1.		2.		3.		4.		SWS	CP	Art	Form		
					SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP						
<b>Electronic Business</b>													<b>14</b>	<b>21</b>				
	1.1	E-Business A	1.1.1	Marketing-Informationssysteme	4	6							4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
	1.2	E-Business B	1.2.1	Digital Marketing und E-Commerce			4	6					4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
	1.3	E-Business C	1.3.1	Customer-Relationship-Management (CRM)					4	6			4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
	1.4	E-Business D	1.4.1	Vertiefungen und aktuelle Entwicklungen							2	3	2	3	PL	mP	CP	
<b>Marketingforschung</b>													<b>14</b>	<b>21</b>				
	2.1	Marketingforschung A	2.1.1	Informationsgewinnung	4	6							4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
	2.2	Marketingforschung B	2.2.1	Analyseverfahren und Berichterstattung			4	6					4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
	2.3	Marketingforschung C	2.3.1	Ausgewählte Verfahren der Marktforschung					4	6			4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
	2.4	Marketingforschung D	2.4.1	Praxisrelevante und aktuelle Themen der Marktforschung							2	3	2	3	PL	mP	CP	
<b>Produkt- und Kommunikations-Management</b>													<b>14</b>	<b>21</b>				
	3.1	Produkt- und Kommunikations-Management A	3.1.1	Integrierte Kommunikation	4	6							4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
	3.2	Produkt- und Kommunikations-Management B	3.2.1	Innovations-Management			4	6					4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
	3.3	Produkt- und Kommunikations-Management C	3.3.1	Mediaplanung					4	6			4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
	3.4	Produkt- und Kommunikations-Management D	3.4.1	Fallstudien / Projekte							2	3	2	3	PL	mP	CP	
<b>Sales-Management</b>													<b>14</b>	<b>21</b>				
	4.1	Sales-Management A		Sales Force Management	4	6							4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
			4.1.1	Vertriebsorganisation	(2)													
			4.1.2	Prozessorientiertes Kundenmanagement/ Kunden- und Vertriebscontrolling	(2)													
	4.2	Sales-Management B		International Trade			4	6					4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
			4.2.1	International Trade: Strategic Planning			(2)											
			4.2.2	International Trade: Regulatory Framework and Operational Aspects			(2)											
	4.3	Sales-Management C		ECR / Multi-Channel Management / Distribution					4	6			4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
			4.3.1	Multi-Channel Management				(2)										
			4.3.2	ECR/ Shopper-Marketing				(2)										
	4.4	Sales-Management D	4.4.1	Verkaufsgesprächsführung							2	3	2	3	PL	mP	CP	
<b>Marketing-Management</b>													<b>12</b>	<b>18</b>				
	5.1	Marketing-Management A			4	6							4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
			5.1.1	Strategisches Marketing-Management	(2)													
			5.1.2	Multinational Management	(2)													
	5.2	Marketing-Management B	5.2.1	International Management			4	6					4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
	5.3	Marketing-Management C	5.3.1	The High Performance Company					4	6			4	6	PL	K(90)/Pr/H	CP	
<b>Thesis</b>													<b>0</b>	<b>18</b>				
	6.1	Master-Thesis											0	18	PL		2 x CP	
				Arbeit							15				A		2 x CP	
			6.1.1	Kolloquium							3				mP		CP	
<b>Summe SWS / CP:</b>					<b>20</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>30</b>	<b>68</b>	<b>120</b>				

68 120

\* Legende:

Prüfungsformen:

H= Hausarbeit  
 Pr= Präsentation  
 K= Klausur (Bearbeitungszeit in Minuten)  
 B= Befähigungsprüfung  
 F= Fremdsprachenprüfung  
 mP= mündliche Prüfung

Sonstige Abkürzungen:

PL= Prüfungsleistung  
 SL= Studienleistung  
 CP= Credit-Points  
 A= Ausarbeit